

**ПРИЛОЖЕНИЕ № 1 К АНТИМОНОПОЛЬНОЙ ПОЛИТИКЕ ООО «ВИКТОРИЯ БАЛТИЯ»
ПОЛОЖЕНИЕ О ПРОВЕДЕНИИ МАРКЕТИНГОВЫХ АКТИВНОСТЕЙ, НАПРАВЛЕННЫХ
НА ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРА**

ДАТА

УТВЕРЖДЕНИЯ: 25.07.2018

Версия для публичного размещения

ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

«Закон о торговле» - Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

«Зонтичная реклама» - реклама товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара.

«Маркетинговая активность» - комплекс мер по привлечению клиентов и повышению объемов продаж товара, в отношении которого осуществляется маркетинговая активность.

«Недобросовестная конкуренция» - любые действия, которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности и противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

«Недостоверная реклама» - реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения.

«Поставщик» – контрагент, который заключил или выражает готовность заключить с Компанией договор поставки товаров.

«Продовольственные товары» - продукты в натуральном или переработанном виде, находящиеся в обороте и употребляемые человеком в пищу (в том числе продукты детского питания, продукты диетического питания), бутилированная питьевая вода, алкогольная продукция, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе, безалкогольные напитки, жевательная резинка, пищевые добавки и биологически активные добавки.

«Реклама» - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

«Рекламные материалы» – буклеты, листовки, плакаты, баннеры, стикеры и иные печатные материалы, аудио- или видеоролики, а также любые иные способы донесения информации рекламного характера лицам, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама.

«Селлеры» – агентства, специализирующиеся на размещении рекламы на федеральных и региональных каналах телевидения.

«Товар» - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

«Товарный знак» - обозначение, служащее для индивидуализации товаров (услуг, деятельности) юридических лиц (индивидуальных предпринимателей) или иное средство индивидуализации.

«Услуги» - услуги, оказываемые Поставщикам в целях продвижения продовольственных товаров, в том числе путем рекламирования продовольственных товаров, осуществления их специальной выкладки, исследования потребительского спроса, подготовки отчетности, содержащей информацию о таких товарах, либо осуществления иной деятельности, направленной на продвижение продовольственных товаров.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение о проведении маркетинговых активностей, направленных на продвижение товара, является неотъемлемой частью Антимонопольной политики ООО «Виктория Балтия».

1.2. В случае противоречий между правилами, изложенными в Антимонопольной политике ООО «Виктория Балтия» и в настоящем Положении, применяются правила настоящего Положения.

1.3. Правила настоящего Положения могут быть изменены Генеральным директором ПАО «ДИКСИ Групп» - управляющей организации ООО «Виктория Балтия».

1.4. При проведении [Маркетинговых активностей](#) Компания обеспечивает соблюдение всех применимых норм антимонопольного законодательства, законодательства о рекламе и [Закона о торговле](#).

1.5. Целью [Маркетинговых активностей](#) является:

- а) повышение узнаваемости [Товаров](#) и/или [Товарных знаков](#);
- б) увеличение розничных продаж.

1.6. Перечень [Маркетинговых активностей](#) определяется Компанией самостоятельно.

[Маркетинговые активности](#) могут проводиться:

- а) Компанией за свой счет;
- б) Компанией в интересах [Поставщиков](#) за счет последних;

в) Компанией в интересах третьих лиц, не являющихся [Поставщиками](#), за счет таких третьих лиц.

1.7. [Маркетинговые активности](#) могут проводиться как силами Компании, так и силами третьих, привлеченных для этой цели лиц (подрядчики, рекламные агентства, [Селлеры](#) и т.п.).

1.8. В случае проведения [Маркетинговых активностей](#) данные [Маркетинговые активности](#) проводятся в интересах обеих сторон, при этом заинтересованность этих сторон и предполагаемый ими экономический эффект от соответствующих [Маркетинговых активностей](#) презюмируется самим фактом заключения приложения/договора на оказание Компанией [Услуг](#) по проведению соответствующих [Маркетинговых активностей](#).

2. СОБЛЮДЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ЗАКОНА О ТОРГОВЛЕ

2.1. При проведении и документальном оформлении любых [Маркетинговых активностей](#) обязательным является строгое соблюдение норм [Закона о торговле](#), в том числе является недопустимым:

а) Дискриминация одних [Поставщиков](#) перед другими;

б) Установление разной стоимости [Услуг](#) для разных [Поставщиков](#) в один и тот же период заключения договоров/приложений на [Услуги](#);

в) Установление стоимости [Маркетинговых активностей](#) в проценте от товарооборота;

г) Превышение максимального размера вознаграждения и стоимости [Услуг](#), предусмотренных п. 4 ст. 9 [Закона о торговле](#);

д) Навязывание [Услуг Поставщикам](#), в том числе обуславливать заключение договора поставки обязательным заключением договора возмездного оказания услуг.

2.2. Обязательным является своевременное и надлежащее оформление всех [Маркетинговых активностей](#), проводимых Компанией.

3. НЕНАДЛЕЖАЩАЯ РЕКЛАМА

3.1. При размещении, распространении [Рекламных материалов](#) в ходе проведения [Маркетинговых активностей](#) не допускается:

а) осуществлять некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

б) использовать [Рекламу](#), которая порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;

в) использовать [Зонтичную рекламу](#) (в том числе с использованием [Товарных знаков](#), ассоциирующихся с другими [Товарами](#));

г) допускать [Недобросовестную конкуренцию](#).

3.2. Не допускается [Недобросовестная конкуренция](#), осуществляемая путем дискредитации, то есть распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации, в том числе в отношении:

а) качества и потребительских свойств [Товара](#), предлагаемого к продаже конкурентом, назначения такого [Товара](#), способов и условий его изготовления или применения, результатов, ожидаемых от использования такого [Товара](#), его пригодности для определенных целей;

б) количества [Товара](#), предлагаемого к продаже конкурентом, наличия такого [Товара](#) на рынке, возможности его приобретения на определенных условиях, фактического размера спроса на такой [Товар](#);

в) условий, на которых предлагается к продаже [Товар](#) конкурентом, в частности цены [Товара](#).

3.3. Не допускается [Недобросовестная конкуренция](#) путем введения в заблуждение, в том числе в отношении:

а) качества и потребительских свойств [Товара](#), предлагаемого к продаже, назначения такого [Товара](#), способов и условий его изготовления или применения, результатов, ожидаемых от использования такого [Товара](#), его пригодности для определенных целей;

б) количества [Товара](#), предлагаемого к продаже, наличия такого [Товара](#) на рынке, возможности его приобретения на определенных условиях, фактического размера спроса на такой [Товар](#);

в) места производства [Товара](#), предлагаемого к продаже, изготовителя такого [Товара](#), гарантийных обязательств продавца или изготовителя;

г) условий, на которых [Товар](#) предлагается к продаже, в частности цены такого [Товара](#).

3.4. Не допускается [Недобросовестная конкуренция](#) в виде:

а) сравнения с конкурентом и (или) его [Товаром](#) путем использования слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве [Товара](#) и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих

объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными;

б) сравнение с конкурентом и (или) его [Товаром](#), в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров, либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены;

в) сравнение с конкурентом и (или) его [Товаром](#), основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности конкурента и (или) его [Товара](#).

3.5. Не допускается [Недобросовестная конкуренция](#), связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации другого юридического лица, средства индивидуализации товаров.

3.6. Не допускается [Недобросовестная конкуренция](#), осуществляемая путем копирования или имитации внешнего вида [Товара](#), вводимого в гражданский оборот конкурентом или иных элементов, индивидуализирующих конкурента и (или) его [Товар](#).

3.7. Не допускается [Недобросовестная конкуренция](#), связанная с незаконным получением, использованием или разглашением информации, составляющей коммерческую или иную охраняемую законом тайну.

3.8. В соответствии с антимонопольным законодательством не допускаются иные виды [Недобросовестной конкуренции](#).